



SMS – СООБЩЕНИЕ КАК НОВЫЙ ВИД КОММУНИКАЦИИ

Выполнила: *Бурцева Наталья, 8 Б класс*

Руководитель: **Бурцева Е.В.,**
учитель русского языка и литературы

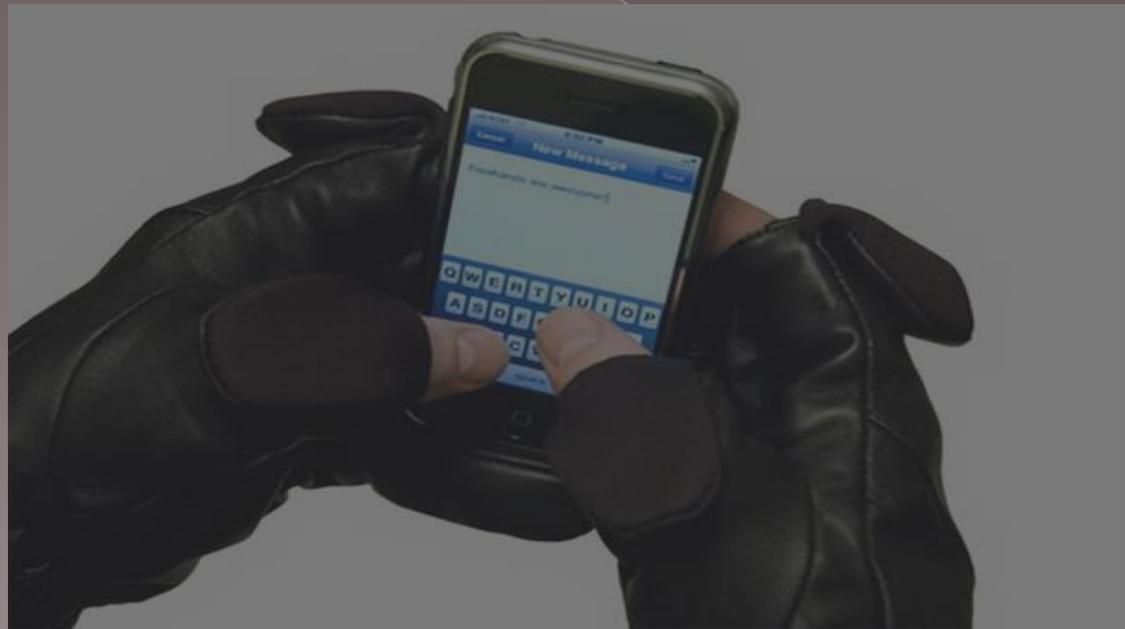
Томск - 2011

Тема нашего исследования
«**SMS – СООБЩЕНИЕ**
КАК НОВЫЙ ВИД
КОММУНИКАЦИИ».



Цель исследования:

выявить основные направления
(тенденции) развития SMS –
СООБЩЕНИЯ КАК НОВОГО
ВИДА КОММУНИКАЦИИ.



Задачи исследования:

- Выявить основные цели использования SMS – СООБЩЕНИЙ;
- Определить частотность употребления этого вида коммуникации;
- Ответить на вопрос: как соотносится норма литературного языка и SMS-СООБЩЕНИЕ (уровень орфографической и пунктуационной грамотности).

Основные этапы работы:

- Дать определение понятий «коммуникация», «SMS – СООБЩЕНИЕ», «норма литературного языка»;
- Изучить историю возникновения и развития SMS – СООБЩЕНИЯ;
- Составить опросник и провести анкетирование среди учащихся 6-11 классов лицея;
- Обработать полученные данные анкетирования и сделать выводы, соотносящиеся с поставленными задачами.

Актуальность

выбранной темы
определена массовостью
использования данного
вида сообщения,
востребованностью этого
вида коммуникации.

В ходе исследования была разработана анкета-опросник, проведено и проанализировано 104 анкеты респондентов (опрошенных) 6-11 классов нашего лицея.

Собран материал по истории возникновения и развития жанра SMS-СООБЩЕНИЯ.

Что же такое

SMS-СООБЩЕНИЕ?

SMS (англ. Short Message Service — служба коротких сообщений) — технология, позволяющая осуществлять приём и передачу коротких текстовых сообщений сотовым телефоном.

К настоящему времени входит в стандарты сотовой связи.

История

SMS была создана как составная часть стандарта GSM Phase 1. Впервые идея осуществления сервиса возникла в 1984 г.

Система рассылки коротких сообщений была опробована в декабре 1992 года в Великобритании.

Особенность смс-сообщений:

- компрессия текста,
- транслитерация,
- языковая игра,
- ПОЗИТИВНАЯ ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ РОЛЬ.



Основные черты смски как жанра - краткость, сиюминутность и частный (непубличный) характер содержания, сильная зависимость от средства передачи информации - мобильного телефона, разрешающего лишь небольшой объем сообщения и располагающего ограниченным набором клавиш (причем порой только с латиницей), на каждой из которых не одна, а несколько букв.

Эти черты влияют на языковой облик смсок, но не приводят к засорению языка как такового.



СМСКИ —

явление с лингвистической
и психологической точки
зрения скорее позитивное.

1) У sms-автора актуализируются процессы компрессии текста, которая может происходить за счет средств разных языковых уровней:

- a) Графических
- b) Синтаксических
- c) Морфологических
- d) Словообразовательных
- e) Лексических

2) Транслитерация

Вторая задача, стоящая перед автором смсок и активизирующая его языковое чутье, - это так называемый транслит - необходимость набирать русские слова латиницей (так приходится делать пользователям нерусифицированных телефонов).

Например:

"Ох уж эта латиница! Писала дочке смску:

Kupí moloko, maslo y...

Три раза попробовала написать "яйца" - бросила, купила яйца сама".

3) Языковая игра

Всякое новое средство коммуникации не только предоставляет человеку новые возможности создания и передачи сообщений, но и бросает вызов игровой способности человека, активизирует живущее в нас не только в детстве «А если так?»

Например:

Одни пишущие ставят вместо ch для передачи русского Ч цифру 4, а вместо sh для передачи Ш шестерку из соображений экономии, другие - из озорства.

4) «Похлопывания»

Наконец, важнейшей чертой смс - коммуникации является ее общий позитивный, дружелюбный характер. Смски в большинстве своем передают не только информацию или побуждение к действию но и то, что психолог Э. Берн называет "похлопываниями", необходимыми каждому человеку для хорошего эмоционального состояния.

Неслучайно, в смс нормативные знаки препинания зачастую уступают место смайликам - графическим значкам, передающим эмоциональные смыслы:

- :) - улыбающийся**
- :* - поцелуйчик**
- ;) - подмигивающий**
- :(- грустный**
- :D - смеющийся**

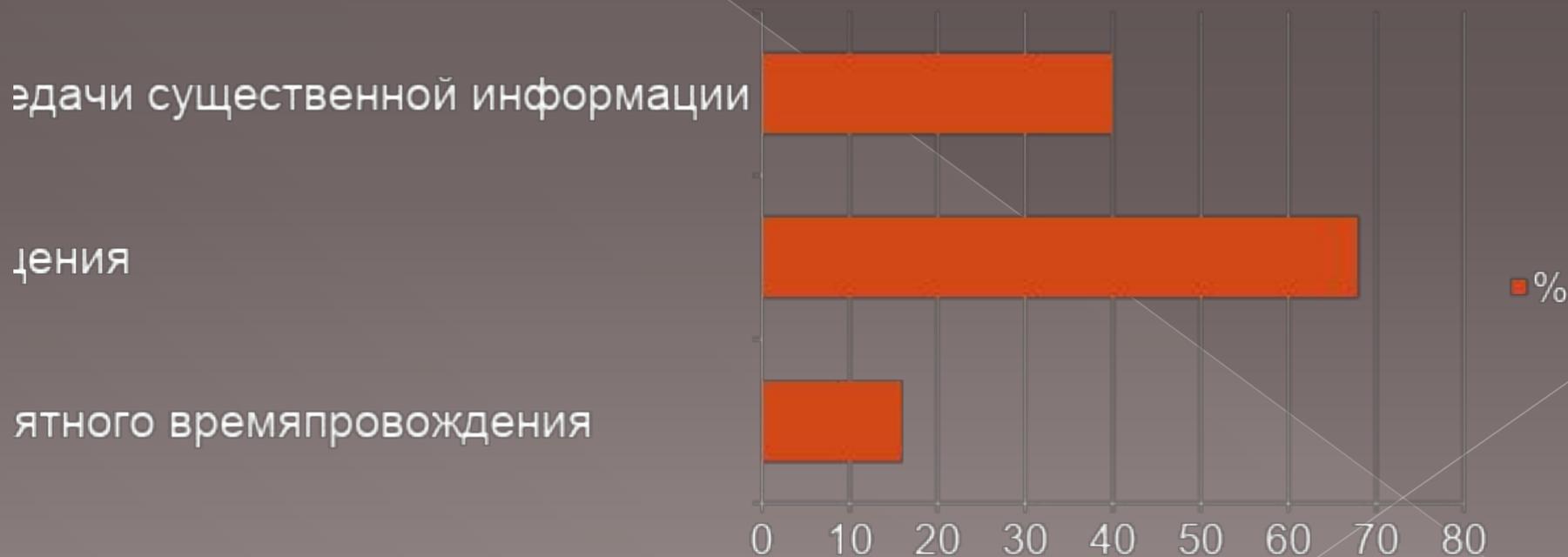
**С этой целью нами было
проведено небольшое
исследование, в котором
приняло участие 104
респондента.**

**Анкета – опросник
состоит из 19 вопросов**

прилагается отдельно

Один из результатов исследования представлен на диаграмме

С какой целью используете SMS-сообщения?



В ходе исследования мы пришли к следующим выводам:

- 95% опрошенных используют SMS – сообщения в повседневной жизни;
- 33% и 46% используют SMS – сообщения в повседневной жизни очень часто и часто соответственно и только 9,6% стараются обходиться без них;
- 40% используют SMS – сообщения в целях передачи существенной информации, 68% - с целью общения, 16% - с целью приятного времяпровождения;
- 74% респондентов являются адресатами, т.е. получателями SMS – сообщений;
- 96% адресатов респондентов являются друзья или одноклассники, это говорит о том, что SMS – сообщения являются неофициальным видом коммуникации;
- 49% респондентов считают, что SMS – сообщения должны быть написаны грамотно, т.к. 26% и 54% опрошенных уверены в том, что SMS – сообщение – это текст, поэтому он должен быть написан в соответствии с правилами орфографии и пунктуации и грамотное написание – это показатель уровня образованности человека;

В ходе исследования мы пришли к следующим выводам:

- у 41% респондентов неграмотно написанное SMS – сообщение затрудняет восприятие информации, хотя для 44% это не влияет на прочтение;
- 87% опрошенных считают приемлемым употребление в SMS – сообщениях сокращений слов, неполных фраз и предложений, т.к. этот вид подразумевает концентрированную (сжатую, укороченную) передачу информации с целью экономии времени (84%);
- хотя большинство респондентов употребляют сокращенные слова, 49% считают нецелесообразным составление словарика сокращенных слов для SMS – сообщений, т.к. «каждый пишет, как хочет», т.е. в своих сообщениях проявляет свою авторскую индивидуальность;
- 92% респондентов используют в своих SMS – сообщениях смайлики в основном с целью передачи положительных эмоций (93%) или словесной игры (11%), а 34% заменяют графическими изображениями этикетные слова (приветствие, благодарность, прощание и др.);
- следует отметить, что 35% опрошенных сами пишут SMS – сообщения грамотно, а 44% - «как получится».

***Спасибо за
внимание!***